

中国在住中国人大学生と日本在住中国人留学生における チークメイクに対する印象評価の比較

Comparative study of facial impression from cheek makeup in Chinese university students and Chinese international students in Japan

王 詩洋 (Wang Shiyang) 指導：齋藤 美穂

1. 背景と目的

近年、中国の若年女性の化粧への関心高まっている一方、他の化粧品と比べて、チークの使用頻度は低いことが報告された(香港貿易発展局;2015)。一方、ポーラ文化研究所(2017)の調査では、日本におけるチークの使用率が高いことが示されている。そこで、本研究ではチークメイク(以降は「チーク」と記す)の色、仕方・濃度が化粧の印象に与える影響を明らかにし、また、日本在住中国人留学生のチークに対する印象が、日本文化の影響により変化するか否かについて検討することを目的とした。

2. 研究方法

【被験者】中国在住中国人大学生男女60名(男:24 女:36平均年齢19.5±2.45歳)日本在住中国人留学生45名(男:19女:26平均年齢23.6±1.61歳)が実験に参加した。以降は「母国群」と「留学群」と記す。

【刺激】日本人と中国人女子大生に対してチークの色と濃度についてそれぞれ予備調査を行い、赤、ピンク、オレンジ、ローズ、コーラルの5色及び高濃度と低濃度の2段階が選定された。チークの仕方(施す位置と形状)は大竹(2005)などの化粧技法専門書を参照し、丸形と細長型の2種類にした。また、Photoshop(Adobe社)を用いて、予備調査から得られたチークの色、仕方と濃度を変化させ、女子大生8名の平均顔にチークを塗布した画像を作成した。刺激画像は計21枚(色5×形2×濃度2、平均顔1)である。

【質問紙】化粧習慣に関する事前アンケート調査3項目、7段階12形容詞対SD法印象評価および好きな刺激、中国人・日本人だと思う刺激に関する質問を用いた。

(使用した形容詞対:女性的-男性的、品のない-品のある、魅力的でない-魅力的な、柔らかい-硬い、地味な-派手な、子供っぽい-大人っぽい、かわいくない-かわいい、暗い-明るい、つめたい-あたたかい、好ましくない-好ましい、弱々しい-力強い、シャープな-ふくよかな)。

【手続き】被験者は事前アンケートを回答した後、印象評価を行った。刺激はiPad Air(Apple社)を用いて一定の距離でランダムな順番で1つずつ呈示した。刺激間にはグレーの画面を30秒提示し休憩を設けた。母国群と留学群を対象にした実験は全て同様の手続きで行った。

3. 結果と考察

SD法印象評価の評価値に対して最尤法・プロマックス回転による因子分析を行った結果、「好ましくない-好ましい」などで構成される「魅力因子」と「暗い-明るい」などで構成された「華やかさ因子」の2因子が抽出された。

【魅力因子】群(母国群・留学群)とチークの色、濃度・仕方という3要因の分散分析(2×5×4)の結果、2次交互作用は有意ではなかったが、色と濃度・仕方の1次交互作用($F(12, 1236) = 7.896, p < .01$)が有意であった。チークの各色における濃度・仕方の多重比較では、すべての色において丸形と細長型にかかわらず低濃度チークの評価が正方向で有意に高かった。中国人女性が普段チークをあまり使用しないことと関連していると考えられる。チークの各濃度・仕方における色の多重比較では、丸形で高濃度チークにおいて赤チークの評価はピンク、ローズ、コーラルより負方向の評価が有意に高かった。このことは中国において「高原紅」という表現があり、濃い赤い頬のイメージが好まれていることが関連すると考えられる。

【華やかさ因子】華やかさ因子において群と色、濃度・仕方の2次交互作用および色と濃度・仕方の1次交互作用が認められた($F(12, 1236) = 2.352, p < .05, F(12, 1236) = 4.10, p < .01$)。チークの色における濃度・仕方の多重比較では、すべての色において高濃度で丸形と細長型チークが低濃度で丸形チークより正の方向の評価が有意に高かった。チークの濃度・仕方における色の多重比較では、すべての濃度・仕方においてピンクはオレンジより正の方向の評価が有意に高かった。この点は刺激におけるピンク色の明度が他の色より高いことに関係していると考えられる。また、群の単純・単純主効果について、赤の高濃度丸形チークにおいて母国群の評価は留学群より負方向の評価が有意に高く、ローズやピンクの低濃度丸形と細長型チークにおいて留学群の評価は母国群より正の方向の評価が有意に高かった。

4. 結論

留学生と中国人大学生におけるチークに対する印象は魅力因子と華やかさ因子から構成され、チークの色と濃度は化粧の印象に強く影響することが示唆された。低濃度は高濃度より魅力因子が正の方向に高く、オレンジのチークは魅力因子と華やかさ因子でともに負方向に高かった一方、ピンクは魅力因子と華やかさ因子の正の方向に高かった。また、日本文化に触れることによって留学生のチークに対する華やかさに関する印象が変化することが示された。

参考文献

1. 好川・若田・齋藤(2015).化粧における色の濃さの許容範囲に関する検討 日本色彩学会誌39,151-154
2. 「中国人女性に対する化粧品の需要特徴調査」(2015).<http://research.hktc.com/sc/>. (2017年10月13日)
3. マサ大竹(2005).『MAKE-UP BEAUTY美しさはひとつではない』,女性モード社..